



Liiketoimintasuunnitelma

Siitama Design

Paula Kinnunen

Opinnäytetyö
Toukokuu 2013
Liiketalouden
koulutusohjelma
Taloushallinto

TIIVISTELMÄ

Tampereen ammattikorkeakoulu
Liiketalouden koulutusohjelma
Taloushallinto

PAULA KINNUNEN
Liiketoimintasuunnitelma Siitama Design

Opinnäytetyö 45 sivua, joista liitteitä 5 sivua
Toukokuu 2013

Tämä opinnäytetyö perustuu yritystoiminnan aloittamiseen sekä liiketoimintasuunnitelman laatimiseen. Opinnäytetyö käy hyvin yksityiskohtaisesti lävitse yritystoiminnan aloittamiseen liittyviä asioita sekä pyrkii tuomaan esiin kaikki tärkeät vaiheet aloittavalle yrittäjälle. Työ on toteutettu niin, että se käy liiketoimintasuunnitelman pohjalta tärkeitä aiheita ja antaa tietoa hyvän liiketoimintasuunnitelman laatimiseen. Tämän opinnäytetyön tarkoitus on selventää aloittavalle yrittäjälle, mitä kaikkea hänen tulee ottaa huomioon ennen yritystoiminnan perustamista. Opinnäytetyö perustuu erityisesti yrittäjän toimialaan kone ja -metalliallle sekä yrittäjän valitsemaan yritysmuotoon toiminimen perustamiseen.

Opinnäytetyössä käydään ensin lävitse yrityksen perustamiseen liittyviä asioita ja siirrytään kohta kohdalta liiketoimintasuunnitelmaan, missä ensin on kerrottu teoriaa aiheesta ja lopuksi lisätty aloittavan yrittäjän kohdalta tärkeää tietoa ja erityishuomioita.

Työ antoi mainiot valmiudet tarkastella yritystoiminnan aloittamista sekä kannattavuutta. Työ sisältää valmiin liiketoimintasuunnitelman, jota yrittäjä voi käyttää tai muokata tarpeidensa mukaan.

Asiasanat: yrityksen perustaminen, toiminimi, liiketoimintasuunnitelma

ABSTRACT

Tampere University of Applied Sciences
Degree Programme in Business Administration
Accountancy and Business Administration

PAULA KINNUNEN
A Business plan for Siitama Design

Bachelor's thesis 45 pages, appendices 5 pages
May 2013

This thesis discusses the beginning of an enterprise and the drawing of a business plan. The thesis presents in detail the issues of starting a business and aims to introduce all of the important phases for starting entrepreneurs. The thesis has been implemented in such a way that it provides information on a good business plan. The purpose of this thesis is to provide the starting entrepreneur with all the matters that she will need to take into consideration in the establishment of a business. The focus has been on the machine and metal industry, which is also the entrepreneur's business.

The thesis first introduces the start-up issues and discusses in detail to the business plan, which was first described in the theory of the subject and finally provides the new entrepreneur with important information and specific comments.

This study gave an excellent opportunity to examine the establishment of a business and profitability. The thesis includes a complete business plan, which the entrepreneur can use or modify according to their needs.

Key words: establishment of a business, sole trader, business plan

SISÄLLYS

JOHDANTO	5
1 YRITYKSEN PERUSTAMINEN	6
2 PERUSTAMISPÄÄTÖS.....	7
2.1 LIIKEIDEA JA TOIMINTA –AJATUS	8
2.2 YRITYSMUODON VALINTA	8
2.3 TOIMINIMI.....	9
2.4 REKISTERÖINTI	10
2.5 RAHOITUS	11
2.6 KIRJANPITO JA VEROTUS	12
2.6.1 KIRJANPITO.....	12
2.6.2 VEROTUS	13
3 LIIKETOIMINTASUUNNITELMA	15
3.1 LIIKETOIMINTAYMPÄRISTÖ	15
3.2 TOIMIALA.....	17
3.2.1 TOIMIALA-ANALYYSI	18
3.3 ASIAKKAAT	19
3.4 KILPAILIJAT.....	21
3.4.1 KILPAILIJA -ANALYYSI.....	21
3.5 STRATEGIA	22
3.6 TUOTTEET/PALVELUT	23
3.7 HINNOITTELU.....	23
3.8 TOIMITILAT & KALUSTO.....	24
3.9 MYYNTI JA MARKKINOINTI.....	25
3.10 VERKKOKAUPPA.....	26
3.10.1 KULUTTAJA VERKKOKAUPASSA.....	27
4 RISKIT JA NIIDEN ARVIOINTI	29
5 SWOT-ANALYYSI.....	33
7 LASKELMAT.....	35
8 POHDINTA.....	37
9 LÄHTEET	38

JOHDANTO

Tämän opinnäytetyö sai alkunsa tuttavani pyynnöstä selvittää hänen mahdollisuutensa toimia yrittäjänä. Opinnäytetyöni tarkoitus oli selventää hänelle liiketoimintaan liittyvät perusasiat ja kartoittaa hänen ideoidensa pohjalta liiketoiminnan kannattavuus. Tuleva yrittäjä on 24 vuotias levyseppähitsaaja, joka toiminut alalla 5 vuotta.

Opinnäytetyö pitää sisällään yrityksen perustamiseen liittyviä perusasioita ja käy kohta kohdalta lävitse yritystoiminnan keskeisiä kysymyksiä. Opinnäytetyö on toteutettu käyden lävitse liiketoimintasuunnitelman, mikä on ensimmäinen askel yrittäjyyteen. Liiketoimintasuunnitelman tarkoitus on toimia punaisena lankana aloittavalle yrittäjälle ja jatkossa myös keskeisesti muistuttaa liiketoiminnan sielua.

Opinnäytetyössä on keskitytty erityisesti metallialan toimialaan sekä yrittäjän omasta mielenkiinnosta vain toiminimen perustamiseen. Toiminimen perustaminen on usealle pienyrittäjälle se helpoin sekä kannattavin ratkaisu. Tuttavani oma kiinnostus yrittäjyyteen ja liiketoimintaan sai aikaan inspiroivan lähteen koko opinnäytetyölle.

1 YRITYKSEN PERUSTAMINEN

Yrityksen perustamisen lähtökohtana tulisi aina olla yrittäjän oma mielenkiinto toimia yrittäjänä. Suomessa toimii tilastollisesti eniten pienyrittäjiä ja niiden kasvu on ollut viime vuosina noususuhdanteista. Viime vuosikymmenien aikana asenteet yrityksen perustamiseen ovat muuttuneet enemmän myönteisimmiksi ja erityisesti pienyritykset ovat saaneet paljon julkista mielenkiintoa.

Yleisesti yrityksen perustamiseen liitetään paljon pelokkaita mielikuvia, jotka johtuvat yleensä ihmisten tietämättömyydestä. Suomessa on kuitenkin tarjolla tahoja, jotka tukevat yrittäjyyteen ja kannustavat omaan liiketoimintaan. Tämä näkyy merkittävänä tarjontana esimerkiksi erillisinä kehitysohjelmina, tukimuotoina sekä koulutusohjelmina.

Itsensä työllistäminen on tänä päivänä myös työelämän trendi. Epävarman sekä niukan palkkatyön tarjonnan ohella, yrittäjäksi ryhtymisen taustalla vaikuttavana tekijänä on myös erinlaiset työmotivaatiotekijät. Yleensä työtehtävät ovat enemmän laaja-alaisia ja oman työpanoksen merkitys on lopputuloksen kannalta nopeampi hahmottaa. Yrittäjyys antaa suuremman vapauden toteuttaa itseään. (Viitala 2006,14)

2 PERUSTAMISPÄÄTÖS

Yrittäjyyttä on määritelty erilaisilla persoonallisuuspiirteillä kuten aloitteellisuus, luovuus ja riippumattomuus. (Yrityssuomi, 2012)

Yrittäjäksi ryhtyminen edellyttää enimmäkseen siihen sopivaa persoonallisuutta, mitä on syytä pohdiskella, ennen liiketoiminnan aloittamista. Yrittäjän tulisi tarkastella huolella ominaispiirteitään, taitojaan ja tietojaan sekä olla selvillä myös henkilökohtaisista puutteistaan. Ainoastaan kehittämällä kokoajan itseään yrittäjänä ja samalla liiketoimintaansa yrityksenä, voi saavuttaa menestyksellistä tulosta. Ydinosaamista ovat juuri yrittäjyystaidot, liiketoiminnan kehittämistaidot sekä vuorovaikutustaidot. (Yrityssuomi, 2012)

Yrittäjyyttään voi myös testata erilaisilla testeillä, kuten Finnvera.fi –tarjoamalla testillä. On kuitenkin syytä muistaa, että mikään testi ei kuitenkaan takaa sitä, että on soveltuvainen yrittäjäksi. Yrittäminen vaatii kuitenkin paljon aikaa ja vaivaa, mutta palkitsee sitäkin paremmin tulevaisuudessa. (Finnvera, 2012)

Vaikka eivät omat henkilökohtaiset ominaisuudet tue paljolti yrittäjyyttä, voi siihen kuitenkin kasvaa ajan myötä ja kouluttaa itseään enemmän. Tärkein liiketoiminnan aloittamisessa on kuitenkin itse liikeidea.

Aloittava yrittäjä on pirkanmaalla asuva 24 –vuotias nainen, joka on työskennellyt levyseppähitsaajana noin 5 vuotta. Hän on kouluttanut itsensä Hervannan ammattioppilaitoksessa 3,5 vuotta kestäväällä koulutuksella ja saanut jo silloin paljon kehuja ammattitaitoisesta sauman hitsaamisesta.

Hänen ominaispiirteisiinsä kuuluu vuorovaikutustaidot, ammattitaito, riippumattomuus sekä kunnianhimo. Ajatus oman yrityksen perustamisesta on kytenyt hänen ajatuksissaan pitkään, jo koulu ajoilta, mutta hän on silloin nähnyt parhaimmaksi ensi kartuttaa ammattitaitoaan ja antaa ajatuksensa kypsyä. Hänen liiketoimintaosaamisensa on erityisesti ammattitaito sekä oma halu, mutta hänellä ei ole ollut työkaluja toteuttaa suunnitelmiaan.

2.1 LIIKEIDEA JA TOIMINTA –AJATUS

Liikeidea on yrityksen perustamisen ydin, johon perustuu koko liiketoiminta. Se kuvaa niitä asioita, mihin yrityksen olemassaolo sekä sen syntyminen perustuu. Se on yleensä lyhyt kuvaus siitä, miten rahaa ansaitaan. Liikeidea vastaa kysymyksiin; Mitä, miten ja kenelle. (Meretniemi 2009, 19)

Aloittavan yrittäjän liikeideana on tehdä skandinaavista, käsintehtyjä, persoonallisia ja yksilöityjä sisustus sekä pientavaraa kuluttajille sekä yrityksille ammattitaitoisesti.

Nykypäivänä on korostunut varsin paljon kuluttajien persoonallinen sisustaminen ja muu pientavara. Myös erinäiset yritykset ja yhteisöt ovat panostaneet personaalliseen ja yksilöityihin tuotteisiin. Yrityksien on erotuttava massasta ja tämän johdosta myös heidän kiinnostus persoonallisuuteen on kasvanut.

Ihmisten tarve ostaa jotain laadukasta ja uniikkia on kasvanut ja ihmiset tuovat sisustuksessa, vaatteisaan ja muussa toiminnassaan esille persoonallisuuttaan.

Liiketoiminnan pohjana on asiakas ja asiakkaan toiveet, jotka pyritään toteuttamaan räätälöidysti. Tarkoitus on siis myydä sellaisia tuotteita, joita muilla ei ole tai joita muut eivät pysty tarjoamaan.

2.2 YRITYSMUODON VALINTA

Yritystoimintaa voidaan harjoittaa monessa eri muodossa ja onkin tärkeää ennen yritystoiminnan aloittamista selvittää mikä yritysmuoto on itselleen sopiva. (T&E 2009, 20)

Yritysmuodon valintaan vaikuttaa monet erilaiset tekijät, kuten päätöksenteko yrityksessä, vastuut sekä verotukseen liittyvät seikat. Yrittäjän on myös syytä miettiä yritystoiminnan laajuutta sekä pohtia millaisia riskejä eri yritysmuodot pitävät sisällään. Yrittäjän olisikin hyvä käydä itse lävitse erilaiset yritysmuodot ja haastatella myös alan asiantuntijoita. (T&E 2009, 20)

Kun perustajana toimii tässä kohtaa vain yksi henkilö on järkevintä toimia yksityisenä elinkeinonharjoittajana eli perustaa toiminimi.

Pääoman tarpeen yleensä ratkaisee itse toimiala sekä yritystoiminnan laajuus. Yksityisenä elinkeinonharjoittajana pääoman tarve on suhteellisen vähäinen. Paljon pääomaa tarvitsevilla toimialoilla päädytäänkin yleensä osakeyhtiön perustamiseen. (T&E 2009, 21-22)

Merkittävä seikka on myös päätöksenteko liiketoiminnassa. Yksityisenä elinkeinonharjoittajana päätöksen tekee itse yrittäjä ja hän on vastuussa liiketoiminnasta koko omaisuudellaan. Yksityisessä toiminimessä yrittäjä vastaa tuottamastaan voitosta ja tappiosta henkilökohtaisesti. Eli yrittäjä saa liiketoiminnan voiton täysin itsensä ja perheensä käyttöön. (T&E 2009, 21-22)

2.3 TOIMINIMI

Keskustellessani aloittavan yrittäjän kanssa erilaisista yritysmuodoista ja päätöksen teosta yrityksessä, päädyttiin useaan otteeseen nimenomaan toiminimeen. Valintaan vaikuttivat erityisesti toiminimen helppous ja yksinkertaisuus. Yrittäjä ei tarvitse suurta pääomaa alottaessan liiketoimintaa ja yritys on mahdollisesti tulevaisuudessa helppo muuttaa toiminnan laajentuessa, esimerkiksi osakeyhtiöksi.

Yrittäjä ei voi nostaa palkkaa toiminimestä, mutta hän voi ottaa yksityisottoina varoja yrityksestä käyttöönsä. Yrittäjän on myös tärkeää pitää oma taloutensa erillään liiketoiminnastaan ja voikin tätä varten perustaa esimerkiksi erillisen pankkitilin liiketoimintaansa varten. (Meretniemi 2008, 43)

Yksityisenä elinkeinonharjoittajana voi toimia 18 vuotta täyttänyt luonnollinen henkilö, jolla on asuinpaikka Euroopan talousalueella. (Verohallinto, 2012)

Yksityinen toiminimi on yritysmuoto, jossa yrittäjä sijoittaa yritykseen omia varojaan sekä oman työpanoksensa. Se soveltuu hyvin yhden henkilön ammatinharjoittamiseen ja on kaikista yritysmuodoista halvin perustaa sekä myös helpoin lopettaa. Yksityinen liikkeenharjoittaja tekee kaikki päätökset itsenäisesti ja vastaa siis myös kaikesta liiketoiminnastaan itsenäisesti. (T&E 2009, 22)

Liiketoiminnan tuottama voitto tai tappio menee suoraan itse yrittäjälle. Verotuksellisesti toiminimi ei ole itsenäinen verovelvollinen, vaan yksityisliikkeen tulos verotetaan yrittäjän tulona. (Lojander 2008, 34)

2.4 REKISTERÖINTI

Toiminimen perustaminen ei vaadi erillistä sopimusta yrityksen perustamisesta, kuten muut yritysmuodot vaativat. Uusien yritysten on kuitenkin pääsääntöisesti ilmoitauduttava kaupparekisteriin. Toiminimeä perustettaessa tulee täyttää Kauppa ja Rekisterihallituksen laatimaa lomaketta; Y3 – Perustamisilmoitus. (YTJ, 2012)

Rekisteröitymällä kaupparekisteriin yritys myös varmistaa, että esimerkiksi kilpailijat eivät voi rekisteröidä yrityksen nimeä itselleen, mutta kaupparekisteriin ei ole toiminimen kohdalla pakollista kuitenkaan rekisteröityä. (YTJ, 2012)

Kun yrittäjä on maksanut käsittelymaksun ja yritys on merkitty rekisteriin, lähetetään uudelle yrittäjälle kaupparekisteriote. Kaupparekisteriote on virallinen asiakirja siitä, että yritys on todella olemassa. Mikäli perustamisilmoituksessa annetuissa tiedoissa tapahtuu joitain muutoksia, on kaupparekisteriin tehtävä välittömästi muutosilmoitus. (YTJ, 2012)

Kaupparekisteri-ilmoitukset on tehtävä Patentti ja rekisterihallituksen sekä Verohallituksen yhteisillä lomakkeilla, jotka on saatavilla osoitteesta; www.ytj.fi (Yritys ja yhtiesötietojärjestelmä).

Yrityksen tiedot ilmoitetaan verottajalle perustamisilmoituksella ja tämän perustamisilmoituksen myötä yrittäjä saa myös oman Y-tunnuksen. Y-tunnus toimii yrityksen yksilöintitunnuksena. (YTJ, 2012)

Perustamisilmoitukseen merkitään ensimmäisen tilikauden arvioitu liikevaihto ja verotettava tulo. Verotettavan tulon perusteella yritykselle arvioidaan veroennakko. (Lojander 2008, 41)

Mikäli yrittäjä uskoo ensimmäisen tilikautensa olevan tappiollinen, johtuen esimerkiksi suurista alkuinvestoinneista on syytä laittaa verotettavaksi tuloksi nolla euroa. Tällä tavalla yrittäjä säästyy turhalta veronmaksulta ensimmäisenä yrittäjä toimintakautenaan. Yksityisen elinkeinonharjoittajan tulee ilmoittaa myös henkilökohtaiset ansio ja -pääomatulonsa verottajalle, koska nämä vaikuttavat määrättävän ennakon suuruuteen. (YTJ, 2012)

Perustamisilmoituksen yhteydessä voidaan rekisteröityä myös muihin verohallinnon rekistereihin. Yrityksen on syytä ilmoittautua myös työnantajarekisteriin, mikäli hän maksaa säännöllisesti palkkaa useammalle kuin yhdelle henkilölle. Mikäli yrityksen liikevaihto ylittää 8 500 euroa vuodessa, tulisi hänen rekisteröityä myös arvonlisäverovelvolliseksi. (Verohallinto, 2012)

Yrittäjän on hyvä selvittää myös onko aiottu liiketoiminta luvanvaraista toimintaa. Luvanvaraisia elinkeinoja ovat mm. taksi, sähköliike, apteekki ja elintarvikeliike. (Lojander 2008, 40)

Yrittäjän liiketoiminta ei kuulu mihinkään edellä mainituista ja hänen ei tarvitse erikseen hakea lupaa liiketoiminnan harjoittamiseksi.

2.5 RAHOITUS

Yritys tarvitsee rahaa eli pääomaa toimiakseen. On tärkeää selvittää mikä on yritystoimintaan sijoitettavissa olevan pääoman määrä ja millaisia vakuuksia on käytettävissä. On myös hyvä selvittää onko hankkeeseen saatavilla julkista rahoitusta tai tukea. (T&E 2009,153)

Rahoituksen tarve tulisi siis selvittää perusteellisesti ennen yrityksen perustamista. Rahoituksen lisäksi rahoituksen olisi syytä kattaa toiminta sekä yrittäjän oma elämä seuraavat 6- 12 kuukautta toiminnan aloittamisen jälkeen. (Meretniemi 2009, 76)

Yrittäjällä on itsellään säästössä liiketoimintaansa varten 7 000 euroa. Hän on myös alustavasti sopinut nykyisen työnantajansa kanssa, mahdollisesta alihankintatoiminnasta. Hän työskentelee tällä hetkellä design –roskapönttöjä valmistavassa yrityksessä Ylöjärvellä ja liiketoimintansa alussa hän tekisi jatkossakin

nykyiselle työnantajalleen alihankintana roskapönttöjä. Tällä tavalla hän varmistaisi ainakin aluksi tasaisen tulon yritykseen ja pystyisi tämän ohessa valmistamaan omia tuotteitaan.

2.6 KIRJANPITO JA VEROTUS

2.6.1 KIRJANPITO

Liikkeen ja ammatinharjoittajalla on kirjanpito velvollisuus. Kirjanpitoon tulee merkitä ne tapahtumat, jotka liittyvät yrityksen liiketoimintaan. Kirjanpidon tarkoitus on myös pitää erillään liikkeenharjoittajan yksityistalous liiketoiminnastaan. Liiketoiminnan verotus perustuu luotettavaan kirjanpitoon. Yrittäjä on velvollinen maksamaan arvonlisäveroa myyntituloistaan. (Verohallinto, 2012)

Kaikesta liiketoiminnasta maksetaan pääsääntöisesti arvonlisäveroa. Arvonlisävero on niin sanotusti kulutusvero, jonka myyjä sisällyttää palvelun tai tavaran myyntihintaan. Arvonlisäveron maksavat kuluttajat ja yritykset tilittävät sen edelleen valtiolle. (Lojander 2008,41)

Kirjanpidon tulee perustua kuitteihin ja tositteisiin. Normaalisti kirjanpito on kahdenkertaista kirjanpitoa, joka tarkoittaa sitä, että liiketapahtumasta merkitään rahan lähde sekä käyttö. Kirjanpitoa pidetään tilikausittain, joka on yleensä 12 kuukautta. Tilikauden päätyttyä tehdään tilinpäätös, mikä osoittaa liiketoiminnan tuloksen sekä kertoo myös verotettavan tulon. (Verohallinto, 2012)

Kirjanpidon tarkoitus on tarkkailla sitä, miten raha liikkuu yrityksessä sisään ja ulos. Kirjanpito koostuu yrityksen tuloista, menoista, omaisuudesta, omista varoista sekä veloista ja laskee lopputuloksen tilinpäätöksessä. Yrityksen taloudellinen asema, maksuvalmius, vakavaraisuus selviävät yrityksen sidosryhmille omaisuuden, varojen ja velkojen pohjalta. Kirjanpito ei myöskään ole pelkästään yrityksen sidosryhmille, vaan kertoo myös yrittäjälle yrityksen tilanteesta sekä sen avulla pystytään laskemaan maksettavaksi tulevat verot tai veronpalautukset. (Meretniemi 2009, 140)

Tuloslaskelma kertoo yrityksen tulot ja menot tietyltä ajanjaksolta. Tase näyttää yrityksen omaisuuden ja velkojen arvon määrättynä ajankohtana. Tasetta pidetään

yleensä tärkeänä, koska se kertoo yrityksen taloudellisen aseman. Tase muodostuu omaisuudesta, kuten rahat ja saamiset, jotka merkitään vastaavaa –osaan. Vastattavaa –osaan merkitään oma pääoma, voittojen ja tappioiden kertymät sekä vieras pääoma. (Meretniemi 2009, 141)

Yrittäjän tulisi siis järjestää yrityksensä kirjanpito. Yleensä kirjanpito kannattaa jättää ammattilaisten huolehdittavaksi. Internetistä löytää useita tilitoimistoja, jotka tarjoavat kirjanpidon lisäksi myös muita palveluita, kuten palkanlaskua ja muuta yrityksen talouden suunnittelua. Tilitoimistoista saa myös muutakin opastusta ja neuvontaa esimerkiksi verotus asioissa. (Meretniemi 2009, 141)

Tilintarkastus on osa yrityksen valvontajärjestelmää. Pienet yhtiöt oy, ay, ky sekä osuuskunta ovat vapautettu tilintarkastuksesta. Pienellä yhtiöllä tarkoitetaan sellaista yhtiötä, jossa enintään yksi alla olevista rajoista täytyy;

- Liikevaihto 7 300 000 euroa
 - Tase 3 650 000 euroa
 - Henkilökuntaa keskimäärin 50
- (Taloushallintoliitto, 2013)

Yrittäjä on velvollinen tilintarkastukseen, mikäli päättäneellä sekä sitä edeltäneellä tilikaudella kaksi seuraavista ehdoista täyttyy;

- Liikevaihto tai tuotto on yli 200 000€
 - Taseen loppusumma on suurempi kuin 100 00€
 - Palveluksessa on keskimäärin yli kolme henkilöä.
- (HTM-Tilintarkastajat Ry, 2013)

Toiminimen ja yksityisliikkeiden harjoittajien ei tarvitse valita tilintarkastajaa. Tilintarkastus on pakollinen vain niissä henkilöyhtiöissä ja säätiöissä, jotka ylittävät edellä mainittuihin rajoihin liittyvät säännöt. (Taloushallintoliitto, 2013)

2.6.2 VEROTUS

Yksityinen toiminimi ei ole erillinen verovelvollinen, vaan liiketoiminnan tulos katsotaan yrittäjän tuloksi ja häntä verotetaan sen mukaan. Tuloveroa maksetaan

kirjanpidon osoittamasta liiketoiminnan tuloksesta, mikä muodostuu yrityksen myyntituloista ja vähennetyistä liiketoiminnan kuluista. (Meretniemi 2009, 56)

Toiminimen verotus on hieman keveämpää kuin vastaavilla tuloilla palkansaajalla. Ero lähinnä kasvaa yrittäjän eduksi tulojen noustessa suuremmaksi. Toiminimessä yrittäjä ei voi maksaa palkkaa itselleen, puolisolleen tai alle 14- vuotiaalle lapselleen. (Meretniemi 2009, 56)

Liiketoiminnan tulos jaetaan yrittäjälle henkilökohtaiseksi ansio- ja pääomatuloksi elinkeinotoimintaan kuuluvan nettovarallisuuden perusteella. Nettovarallisuus saadaan laskettaessa yrityksen varoista vähennettäessä velat. Laskelmaan lisätään kuluvan 12 kuukauden aikana 30 % maksetuista palkoista, mikäli niitä on. (Verohallinto, 2013)

Pääomatuloksi lasketaan 20 % vuotuinen tuotto edellisen vuoden nettovarallisuuteen. Tämän ylittävä osa katsotaan ansiotuloksi. (Tomperi 2007,31)

Yrittäjällä on kuitenkin oikeus myös halutessaan vaatia pääomatulo- osuudeksi 10% :n tuottoa. Tämä on järkevää yleensä silloin, kun yrittäjällä on vain vähän tuloja tai silloin kun progressiivisen verotaulukon mukaan häntä verotetaan pienemmällä veroprocentilla ansiotulona kuin pääomatulona. (T&E 2009, 136)

Yrittäjä voi toimia myös puolisonsa kanssa ja tällöin pääomatulo jaetaan puolisojen kesken heidän omistusosuuksien suhteessa. Yleensä jako tapahtuu yrityksessä tehdyn työn perusteella, mutta jos selvitystä työpanoksesta ei esitetä, ansiotulo jaetaan yrittäjäpuolisoiden kesken. (Tomperi 2007, 31)

Pääomatulosta maksetaan 30 % veroa vuonna 2013 ja mikäli pääomatulo ylittää 50 000 euroa on 32 tuloveroprosentti. Ansiotulo lasketaan valtion progressiivisen verotaulukon mukaan. Ansiotulosta maksetaan normaalisti oman kunnan kunnallisveroa sekä tietysti oman seurakunnan kirkollisveroa, mikäli kuluu seurakuntaan. (Verohallinto, 2013)

Mikäli yrityksen tulos on tappiollinen, voi tappion vähentää elinkeinotoiminnan tuloksesta seuraavan 10 vuoden aikana. (Verohallinto, 2013)

3 LIKETOIMINTASUUNNITELMA

Liiketoimintasuunnitelma on kokonaisvaltainen suunnitelma yrityksen toiminnasta. Sen tarkoitus on perustella, analysoida ja täsmentää liikeideaa. Liiketoimintasuunnitelma toimii yritystoiminnan perustana ja viestittää myös yrityksen sidosryhmille liiketoiminnan tarkoituksen. (Meretniemi 2009, 24)

Liiketoimintasuunnitelma laaditaan lähinnä itselle, sillä sen avulla on helppo suunnitella, ohjata sekä myös seurata yrityksen toimintaa. Liiketoimintasuunnitelmasta ovat myös yrityksen muut sidosryhmät kiinnostuneita, kuten rahoittajat sillä liiketoimintasuunnitelma sisältää myös alustavia laskelmia. (Meretniemi 2009, 24)

Erityisesti yritystoiminnan aloittamisvaiheessa on tärkeää osata hahmottaa oman yrityksen toiminnot kokonaisuutena. Liiketoimintasuunnitelma käy perusteellisesti lävitse kaikki osa-alueet ja auttaa miettimään yrityksen kannattavuutta. Seuraavat kohdat käsittelevät yrittäjän omaa liiketoimintasuunnitelmaa sekä avaavat myös käsitteitä liiketoimintasuunnitelmasta.

3.1 LIKETOIMINTAYMPÄRISTÖ

Yrityksen toimintaan vaikuttavat monet yrityksen ulkoisesta ympäristöstä johtuvat tekijät. Yrityksen tulisi hahmottaa nämä tekijät ja niiden kautta odotettavissa olevat muutokset. Tällaisia tekijöitä ovat esimerkiksi poliittiset, taloudelliset, teknologiset, sosiaaliset, ekologiset ja eettiset näkökulmat. Näitä tekijöitä analysoimalla pystytään tunnistamaan toimintaympäristön kehityksessä olevia mahdollisuuksia ja uhkia. (Kinkki 2003, 238)

Poliittiset tekijät vaikuttavat esimerkiksi muuttuneen lainsäädännön kautta, yhteiskunnan antamien tukitoimien kautta, veropolitiikka tai mahdollisesti poliittinen ilmapiiri kotimaassa ja ulkomailla. (Kinkki 2003, 239)

Taloudelliset kehitykset vaikuttavat yritystoiminnan suunnitteluun sekä menestymisen ehtoihin. Taloudelliset tekijät ovat esimerkiksi talouskasvu, inflaatio, raha ja tulopolitiikka näkymät. (Kinkki 2003, 239)

Teknologiset näkymät ja niiden kehitys vaikuttavat myös yritystoimintaan. Esimerkiksi uuden valmistusteknologian käyttöönotto vaikuttaa lyhentyneinä läpimenoaikoina sekä koko prosessin laadun kehittymisenä. Teknologiset tekijät ovat mm. valmistusteknologia, tuoteteknologia sekä informaatioteknologia. (Kinkki 2003, 239)

Sosiaaliset tekijät vaikuttavat esimerkiksi muuttuneiden arvojen kautta. Muutokset elämäntyylistä voivat antaa merkittäviä mahdollisuuksia sekä vihjeitä uusille tuotteille ja palveluille. Sosiaaliset tekijät voivat olla esimerkiksi vapaa-aika, ikärakenteen muutos, koulutustaso tai työkäsitusten muutos. (Kinkki 2003, 239)

Ekologiset tekijät ovat nousseet viime vuosina vahvasti pinnalle ja on nykyään merkkittävä reunaehto yritystoiminnassa. Ekologiset tekijät ovat ympäristön suojeleminen, ilman ja vesistön puhtaus, jätehuolto ja maankäyttö. (Kinkki 2003, 239)

Yritystoiminnan suunnittelussa ja analysoinnissa ei voi jättää huomioimatta eettisten arvojen kasvavaa merkitystä kuluttajamarkkinoilla. Kuluttajat ottavat yhä enemmän huomioon myös eettisiä näkökulmia tehdessään ostopäätöksiä. Kuluttajat arvostavat enemmän tuotteita, joiden valmistuksessa ja jatko prosessissa on otettu huomioon ympäristöarvot, eikä niissä ole käytetty lapsityövoimaa tai testattu eläinkokeilla. Yrityksen tulisi miettiä tarkkaan, kenen kanssa tekee yhteistyötä ja minkälaisia arvoja yritys edistää toimiessaan erilaisissa yhteistyöverkoissa. (Kinkki 2003, 239)

Yrityksen toimintaympäristöä tarkastellessa, liiketoiminnan aloittaminen huonona taloudellisena aikana on riskitekijä. Heikon taloudellisen tilanteen vallitessa kuluttajat ja yritykset leikkaavat paljon menojaan ja kokonaisvaltainen kasvu hidastuu kaikkilla aloilla. Eurokriisi ja euromaiden yhteinen valuutta on omalla tavallaan hankaloittava, kuin myös myönteinen asia. Yrityksellä on mahdollisuus laajentua kansainvälisille markkinoille helpommin yhteisen valuutan myötä.

Kuluttajien sosiaaliset näkökulmat tukevat yrittäjää, sillä kysyntä käsin tehtyisiin tuotteisiin on kasvanut. Tuotteet saavat myös lisä-arvoa sillä, että ne ovat kauniita ja naisen tekemiä. Myös eettiset ratkaisut käyttäen materiaalina sellaista, mitä pystyy kierrättämään on myönteinen tekijä. Teknologiselta kannalta katsottuna yrittäjä pystyy tekemään melko helposti käsin tehtyjä tuotteita, kaluston ollessa nykyaikainen.

3.2 TOIMIALA

Toimiala kuvaa siis yrityksen pääsääntöistä alaa millä hän työskentelee. Suomessa yritykset luokitellaan eri toimiala –luokkiin, mikä helpottaa tilastointia ja sen analysointia. Tilastokeskus.fi –sivuilta voi tarkastaa oman toimiala koodin, mikä kuvaa omaa yritystoimintaa kaikista parhaiten. (Tilastokeskus, 2013)

Yrittäjän toimiala voidaan jakaa useisiin kategorioihin, mutta hän itse näkee toimialansa pääsääntöisesti kohdistuvan kone ja metallialan ohutlevytuotteiden ryhmään. Tällaista toimialakoodia tilastokeskus ei varsinaisesti tunne, mutta se voidaan luokitella muiden metallituotteiden valmistukseen. Tämä pitää sisällään esimerkiksi tölkit, sangot, rautanaulat, metalliset kotitaloustarvikkeet, metalliset kiinnikkeet kotitalouksiin sekä teollisuuskäyttöön. (Tilastokeskus, 2013)

Yleisesti metalliteollisuuden alatoimialojen kehitys vaihtelee melko voimakkaasti. Osalla toimijoista on näkyvissä kasvua tänä vuonna ja osalla selkeää tuotannon supistumista. Rahoitusmarkkinoiden epävarmuus varjostaa taloudellisia näkymiä myös metallialalla. Epävarmuus vähentää investointihalukkuutta ja se näkyy Suomen metalliteollisuudessa kielteisesti. Euroalueen kriisi heijastuu koko maailmalle ja vaikkakin finanssikriisi saataisiinkin ratkaistua, julkisen velka sektorin purkaminen on hidasta ja se tulee vaikuttamaan vielä pitkään. Suomessa on selkeästi näkyvissä kotitalouksien vähentynyt kulutus. (Metalliliitto, 2013)

Toimialaan kuuluu sellaisten tuotteiden valmistus, joille on ominaista paikallaan pysyvyys, esimerkiksi metallirakenteet, aseet, takomotuotteet ja työkalut. Tälle toimialalle on hyvin ominaista työvoimaintensiivisyys sekä hajalleen ympäri Suomea sijoittuneet pienet yritykset, jotka toimivat usein muiden koneiden ja laitteiden alihankkijoina. (Metalliliitto, 2013)

Toimialaan on myös ominaista, että huomattava osa menee rakentamiseen sekä vientiin. Metallituotteiden tavaraviennin arvo oli vuonna 2011 jopa noin 1,9 miljardia. Tärkeimmät vientimaat ovat Ruotsi ja Venäjä. Toimiala viennin osuus koko Suomen tavaraviennistä on noin 3 prosenttia. Toimialan alihankkijaluonteesta johtuen yrityksille on viime aikoina realisoitunut selväksi riskit päähankkijoiden vedettyä tuotantoa takaisin itselleen. (Metalliliitto, 2013)

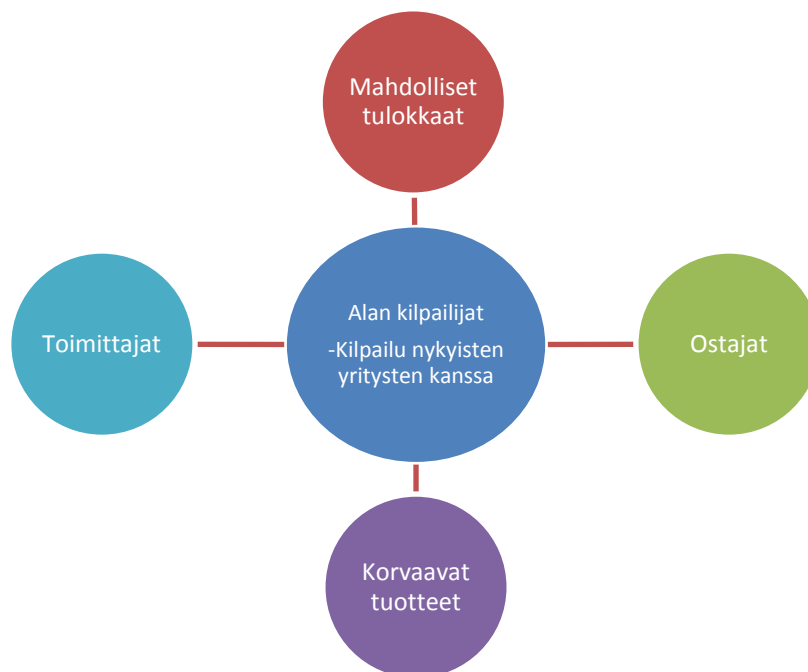
Toimiala toimii siis pitkälti alihankinta sopimuksilla ja on riippuvainen tilauskannoista. Muiden metallituotteiden valmistavia yrityksiä on pirkanmaalla noin 92 ja koko Suomessa yhteensä noin 831. (TEM, 2013)

3.2.1 TOIMIALA-ANALYYSI

Toimialan analyysissä tarkastella toimialaa ja sen kehitystä kolmella eri tasolla, kuten paikallisesti, valtakunnallisesti ja kansainvälisesti. Hyvä tapa jäsentää toimialan kilpailutilannetta käyttäen Porterin kilpailukenttämallia, mitkä koostuvat viidestä kilpailutilanteesta vaikuttavasta pääryhmästä. (Kinkki 2008, 241)

Ensimmäinen pääryhmä on nykyiset kilpailijat eli toimialan kannattavuuteen vaikuttavat kilpailun voimakkuus. Toisena mahdolliset uudet tulokkaat, kuinka suuria uhkatekijöitä he ovat? Kolmantena mahdolliset korvaavat tuotteet. Neljäntenä vaikuttavana tekijänä on toimittajat, kuinka suuri merkitys heillä on arvoketjussa. Viimeisenä asiakkaat eli ostajat, miten merkittävä neuvottelu voima myös heillä on? (Kinkki 2008, 241)

Kaavio 1. Porterin kilpailukenttämalli



Tarkastellessamme metallialan toimialaa on huomattavissa, että erityisesti alihankkija - sopimukset ovat todella tärkeitä, niin pirkanmaalla kuin koko Suomessa. Näiden sopimusten pohjalta pystytään toimimaan ja turvataan liiketoiminnan kannattavuus. Samoista sopimuksista kilpailee usempi yritys, mutta laatu sekä sijainti ratkaisevat. (Moisio, 25.3.2013)

Uhkana ovat uudet tulokkaat, jotka eivät kuitenkaan pysty välttämättä tekemään halvemmalla kuin nykyiset, sillä aloittavalla metallialan yrittäjällä alkuinvestoinnit ovat niin korkeita, että he eivät välttämättä saa heti investoitua kattavaan konekantaan. Merkittäväksi seikaksi muodostuu myös se, että kuinka paljon joudutaan panostamaan tuotekehittelyyn, ennen kuin saadaan tuotettua sellainen tuote, mikä vastaa samoja kriteerejä kuin on jo markkinoilla. (Moisio, 25.3.2013)

Metallialalla vallitsee kova kilpailu ja korvaavia tuotteita tulee väistämättä tilalle, mutta itse tuotteen brändi ja laatu ovat ne tekijät, mitkä merkitsevät toimialan kilpailussa. Erityisesti jälleenmyyjät ovat tärkeässä roolissa koko arvoketjussa, sillä heidän kauttaan pystytään takamaan tuotteiden olemassa olo. Tärkeä rooli on myös ostajalla, sillä hän määrittelee sen ostaako hän kalliimman ja laadukkaan tuotteen vai vastaavasti heikomman ja halvemman tuotteen. (Moisio, 25.3.2013)

3.3 ASIAKKAAT

Yrittäjän on syytä pohtia, ketkä ovat tärkeimmät asiakkaat ja asiakasryhmät. Ilman asiakkaita ei ole myöskään liiketoimintaa. Yrittäjän tulisi analysoida asiakkaansa ja miettiä esimerkiksi minkälaisia he ovat, missä he sijaitsevat, miten heidät tavoittaa ja mitkä ovat heidän tarpeensa. (Meretniemi 2009, 27)

Yritystoiminnan alkuvaiheessa olisi tärkeää tutkia ja analysoida yrityksen mahdolliset asiakkaat esimerkiksi asiaskasanalyysien kautta. Tällaista palvelua tarjoaa useampikin yritys, mutta aloittavan yrittäjän olisi hyvä tutkia myös itse perusteellisesti mahdollisten asiakkaidensa kirjoa.

Asiakasanalyysi voi koostua seuraavista pohdinnoista;

-Keitä asiakkaat ovat?

-Minkä tarpeen tuote tyydyttää?/ Miten tarpeet tyydytetään tällä hetkellä?

- Esiintyykö markkinoilla ostouskollisuutta vai vaihdetaanko ostokohdetta ja paikkaa?
 - Paljonko asiakkaat ovat valmiita käyttämään rahaa tuotteeseen?
 - Kuinka ostovoima on kehittymässä? Onko asiakkailla tulevaisuudessa esimerkiksi enemmän rahaa käytettävissä kuin nyt?
 - Paljonko markkina- alueella on asiakkaita? Mihin suuntaa asiakkaiden määrä on kehittymässä?
 - Paljonko asiakkaat tuovat euroja markkina-alueelle? Mikä on aloittavan yrityksen osuus markkina-alueen myynnistä? Mihin markkinat ovat kehittymässä? Kasvavat, pysyvät samana?
 - Kuka tekee lopullisen ostopäätöksen? Mistä ja milloin ja kuinka yleensä ostetaan?
 - Millainen mainos kiinnostaa potentiaalista asiakasta? Miten häntä lähestytään?
- (Raatikainen 2011, 86)

Yrityksen alkuvaiheessa voi olla myös hankala saada kaikkiin mahdollisiin asiakasanalyysin tarjoamiin kysymyksiin vastausta, sillä liiketoiminnan edetessä yrittäjä voi huomata, että asiakkaiden ostokäyttäytyminen voi olla pohdinnoista huolimatta ennalta arvaamatonta. Tämän vuoksi onkin erityisen tärkeää seurata jatkuvasti asiakkaidensa ostokäyttäytymistä ja kehittää liiketoimintaa sen pohjalta.

Yrityksen tärkein asiakasryhmä on yksityiset kuluttajat, jotka hakevat skandinaavista käsityötä. Kuluttajat ovat nykypäivänä entistä valmiimpia maksamaan design -tuotteista ja haluavat persoonallisuutta. Laatua ja käsityötä arvostava, mahdollisesti 30-49 vuotias nainen on yrittäjän profiloima asiakas. Nämä potentiaaliset asiakkaat tekevät ostopäätöksensä yleensä juuri laadun suhteen ja heillä on huomattavasti enemmän rahaa käytössään kuin esimerkiksi nuoremmilla. Asiakkaat ostavat kyseisiä tuotteita juuri siksi, että Suomessa ei ole montaa yritystä, jotka tuottaisivat käsityönä tehtyä sisustustavaraa. Ostamalla juuri kyseisiä tuotteita asiakas saa lisäarvoa suosimalla suomalaista käsityötä, mikä kestää aikaa ja mikä on laadukas.

Toinen tärkeä asiakasryhmä on yritykset, joiden tarve on antaa persoonallisia liikelahjoja kansainvälisiin sekä kotimaisiin liikekumppanuus yrityksiin. Erityisesti

kansainvälistäkauppaa tekevät yrityksen haluavat antaa liikelahjana jotain kotimaista uniikkia tavaraa, missä mahdollisesti kuitenkin komeilee heidän oma logonsa.

Tavoittamalla mahdollisimman paljon asiakkaita, yrittäjän on syytä panostaa kotisivuihin sekä verkkokauppaan. Myös näkyminen erinlaisilla messuilla ja tapahtumissa tuo asiakkaat lähemmäksi yritystä.

3.4 KILPAILIJAT

Yrityksen on tiedettävä ja analysoitava myös kilpailijansa, mikä tarkoittaa muita toimialalla ja markkina-alueella toimivia yrityksiä. Kuluttajilla on kuitenkin käytettävissä vain rajallinen määrä rahaa ja aikaa, eli periaatteessa kaikki yritykset kilpailevat ostajistaan keskenään. Yleensä kuitenkin seurataan nimenomaan saman toimialan yritysten välistä kilpailua ja sen rakennetta. (Bergström 2009, 75)

Vastatakseen parhaiten asiakkaidensa tarpeisiin ja selviytyäksensä kilpailusta yrittäjän on hyvä seurata jatkuvasti asiakkaitaan ja heidän tarpeitaan. Myös jatkuva kilpailijoiden tarkkailu on tärkeää, sillä heiltä saa myös tärkeää tietoa itse asiakkaista sekä myös kilpailija yritysten käyttämistä kilpailukeinoista. (Bergström 2009, 79)

3.4.1 KILPAILIJA -ANALYYSI

Kilpailutilannetta voi analysoida kattavasti kilpailu ja kilpailija –analyysin kautta. Pohdinnassa olisi hyvä etsiä vastauksia ainakin seuraaviin kysymyksiin;

- Ketkä ovat kilpailijoita ja miten heidän myyntisä on kehittynyt viime vuosina?
 - Onko alalle tulossa uusia yrityksiä ja millaisia?
 - Mitkä ovat kilpailijoiden heikkoudet ja vahvuudet?
- (Raatinen 2011, 91)

Kilpailu-analyysi on tärkeä aloittavalle yrittäjälle. Sen tarkoitus on kartoittaa yrityksen kilpailijat ja selvittää niiden heikkoudet ja vahvuudet sekä peilata näitä omaan liiketoimintaansa. Kilpailu-analyysillä pyritään edistämään myös kilpailun tuntemusta ja kilpailijat voidaan jakaa neljään pääryhmään; ydinkilpailijat, marginaalikirpailijat, tarvekilpailijat sekä potentiaalsiin kilpailijoihin. Ydinkilpailijat ja marginaalikirpailijat

ovat yleensä sellaisia, mitkä toimivat täsmällisesti samoilla tuotteilla ja strategioilla. Jako tulisi tehdä kilpailijoiden tärkeyden perusteella. Tarvekilpailijat ovat taas niitä, joiden kanssa kilpaillaan lähinnä vastaavien tarpeiden tyydyttämisestä. Potentiaaliset kilpailijat ovat niitä jotka ovat tulevaisuudessa mahdollisia kilpailijoita. (Kinkki 2002, 242)

Yrityksen kilpailijat ovat pääsääntöisesti muut design- tuotteita valmistavat yritykset, erityisesti pirkanmaan alueella. Pirkanmaalla ei toimi tällä hetkellä ohutlevymetallista valmistavaa design –yritystä, paitsi hänen nykyinen työnantajansa. Pirkanmaalta löytyy paljon sisustustavaroita myyviä kauppia, josta saa massatuotannolla valmistettuja tuotteita, muttei skandinaavisesti suunniteltua ja käsintehtyä.

Yrittäjän varsinainen kilpailijat ovat siis muualla suomessa toimivat ohutlevymetallista valmistavat ja myöskin muusta materiaalista design- tuotteita valmistavat yrittäjät. Design –tuotteita valmistavia yrityksiä suomessa on useita, mutta juuri tällaisia design - tuotteita valmistavia on vain muutama ja yksi mahdollinen kilpailija sijaitsee etelä-suomessa. Tämä kilpailija takoo tuotteensa käsityönä, mutta tuotteet eivät kuvasta niin paljon skandinaavista designiä, kuin yrittäjän tuotteet. Myös Nakkilassa on toinen potentiaalinen kilpailija, joka pystyy myös valmistamaan samankaltaisia tuotteita, mutta tuotteiden laatu ei taas vastaa yrittäjän tekemiä.

Yrittäjän vahvuus on siis tyylikkäätsä sekä laadukkaatsä tuotteet ja hän toimii pirkanmaan alueella. Hän pystyy vastaamaan asiakkaidensa tarpeisiin ehkä nopeammin kuin kilpailijansa.

3.5 STRATEGIA

Seppo Kinkki tiivistää kirjassaan Yrityksen perustoiminnot; strategian näin ”Yrityksen pysyvä menestys perustuu yrityksen strategiaan, joka johtaa siihen, että yritys voi olla joissain suhteissa pysyvästi erinlainen kuin muut.

Strategia on tavoitteiden ja toiminnan yhdistelmä, jonka tulisi pysyä ajantasalla muuttuvassa maailmassa. Strategian avulla yritys hallitsee ympäristöään. (Kinkki 2004, 272)

Yrityksen strategia on tuottaa ammattitaidolla sellaisia design -tuotteita, mitä muut eivät pysty valmistamaan ja jotka ovat laadukkaita ja kestävätkä aikaa. Yritys pyrkii luomaan hallitsevan aseman omille tuotteilleen panostaen markkinointiin ja työn laatuun sekä ainutlaatuisuuteen.

3.6 TUOTTEET/PALVELUT

Tuote on asiakkaalle tarkoitettu tavara, joka perustuu asiakkaiden tarpeisiin tai luotuisiin tarpeisiin. Tuote on hyvä suunnitella niin, että ikään kuin se olisi sipuli, joka kerros kerrokselta rakennetaan isompi ja näyttävämpi. Sipulin sisällä on itse ydin eli tuote ja avustavat osat kuten väri, nimi, muoto tulevat kuoreksi päälle. Viimeistelyn tuote saa siitä, että se mahdollisesti toimitetaan perille, se on laadukas ja siinä on laatutakuu. (Raatikainen 2011, 84)

Yrityksen tuotteet ovat metallista valmistetut design –tavarat, kuten esimerkiksi kynttilänjalat, kyntteliköt, takkanjalustin ja ottimet, roskakorit, grillausvälineet, hyllynkannattimet, nimikyltit, naulakot ja koukut. Myös piensisustus tuotteet, kuten metallista tehty kello, avaimet.

Yritystoiminnan pohja on juuri käsintehdyt skandinaaviset tuotteet, mitkä hohkaavat skandinaavisuutta, ajattomuutta, mutta kuitenkin tuotteissa on naisellista esteettisyyttä. Tuote on muutettavissa asiakkaan tarpeen mukaan ja asiakas pystyy itse vaikuttamaan tuotteen pieniin yksityiskohtiin, kuten väriin ja mahdollisesti halutessaan saa lisätä tuotteeseen joitain yksityiskohtia. Tuotteilla on myös laatutakuu. Yritys on valmis toimittamaan tuotteet asiakkaalle haluttuun paikkaan sovittuna ajankohtana ja tämä toimii myös yritystoiminnan yhtenä kulmakivenä.

3.7 HINNOITTELU

Hinnoitteluun vaikuttavia tekijöitä on useita, eikä se muodostu pelkästään yrityksen sisäisiin tekijöihin vaan myös markkinatilanteeseen. Mitä enemmän on tarjontaa kysyntään verrattuna, se laskee tuotteen hintaa ja sama myös toisinpäin. Myös julkinen valta vaikuttaa hinnoitteluun esimerkiksi erilaisilla veroilla ja maksuilla. (Bergström, 2008, 219)

Aloittavan yrittäjän vaikeimmista tehtävistä on oikeanlaisen hinnan määrittely. Hinnan on oltava sellainen, minkä asiakkaat ovat valmiita maksamaan, mutta yrittäjä itse saa siitä myös voittoa. Hyvän hinnoittelun perustana on molemminpuolinen mielihyvä. Yrittäjän on aluksi selvítettävä yritystoiminan kustannusrakenne, joilloin hän pystyy hahmotta tuotteelle oikeanlaisen hinnan. (Raatikainen, 2011, 87)

Liiketoiminnan tuotteet ovat uniikkeja ja käsintehtyjä, joten tuotteen hinnoittelussa on otettava huomioon käsintehdyn työn arvo. Onneksi korkeampi hinta nostaa tuotteen arvoa ja antaa mielikuvan laadusta. Ongelmaksi muodostuu tietysti tuotteen palautus ja tyytyväisyys takuu, koska tuote on räätälöity ja asiakas ei siihen ole tyytyväinen, mahdollisten korjausten jälkeen, ei valmiiksi tehtyä tuotetta pysty hyödyntämään uudelleen.

Tuotteiden hinnan määrittelyssä yrittäjän syytä lähestyä asiaa kustannusten kannalta. Tunnetuin hinnoittelun apuväline on katetuottolaskenta, mikä kuvastaa paljonko myyntituotosta jää muuttuvien kustannusten jälkeen kiinteiden kustannusten katteeksi. Yritykselle jää siis voittoa, jos sen kaikkien tuotteiden yhteenlaskettu myyntikate ylittää kiinteät kustannukset. (Bergström 2008, 220)

Yrittäjän on hyvä olla myös tietoinen erinlaisista tunnusluvuista, jotta hän pystyy analysoimaan, tarkastelemaan ja kehittämään liiketoimintaansa. Erinlaiset tahot, kuten pankit, vakuutusyhtiöt, yhteistyö yritykset ovat kiinnostuneita liiketoiminnan kannattavuudesta. (Bergström 2008, 220)

Mikäli halutaan tarkastella esimerkiksi tuotteiden katetta, saadaan ne laskemalla katetuottoprosentilla ja selvittämällä yrityksen kriittinen piste. Kriittinen piste kuvaa siis sitä myyntimäärää, jolla tulot juuri ja juuri kattavat kustannukset. (Bergström 2008, 221)

3.8 TOIMITILAT & KALUSTO

Yrityksen sijainti, palvelukyky, logistiikka ovat tärkeitä ottaa huomioon liiketoiminnan toimitiloja miettiessä. Tärkeimpiä tekijöitä teollisuuden alalla on esimerkiksi energiavaihtoehdot, raaka-aineet ja mahdolliset kuljetusreitit. (Raatikainen 2011, 92)

Yrittäjällä ei ole kovin suurta käyttöpääomaa yrityksen aloittamis vaiheessa, jonka takia hän ei pysty vuokraamaan omia toimitiloja ja kalustoa liiketoimintaansa varten. Erityisesti metallialalla alkuinvestoinnit ovat todella kalliita. Koneet ja laitteet tulisivat jopa käytettynä maksamaan monia kymmeniä tuhansia.

Yrittäjä on kuitenkin sopinut nykyisen työnantajansa kanssa mahdollisesta kaluston ja toimitilavuokrasta, jossa hän voisi työskennellä. Hän saa myös ostettua rakaa- aineensa melkein yhtä kilpailukykyiseen hintaan, kuin nykyinen työnantajansa, koska on alihankkijana työnantajallaan.

Yrityksen toimitilat tulisivat sijaitsemaan Ylöjärvellä teollisuusalueella, mistä on hyvät kulkuyhteydet joka paikkaan.

3.9 MYYNTI JA MARKKINOINTI

Markkinoinnin tarkoitus on hankkia uusia asiakkaita ja ylläpitää vanhoja asiakassuhteita. Markkinointi on yrityksen toiminnoista yleensä se kaikista näkyvin osa ulkopuolisille. (Yrittäjäväylä, 2013)

Markkinointia on hyvä suunnitella etukäteen, sillä sen kautta yrityksen on helppo rakentaa haluamaansa imagoa. Tavoitteena on saada asiakkaat valitsemaan oman yrityksen tuotteet kilpailevien yritysten tuotteiden sijasta. On siis tärkeää tietää millaisia asiakkaat ovat ja mistä heidät tavoittaa ja millä tavalla heitä tulisi lähestyä. Markkinoinnin kilpailukeinot ovat hinta, tuote, saatavuus sekä viestintä. (Begström 2008, 147)

Kyseessä on uniikkia tavaraa tuottava yritys, joka harvoin pääsee kilpailemaan hinnalla. Tuotteen hinta on korkeampi, kuin tavallisessa piensisustus liikkeessä samankaltaisesta tuotteesta. Tuotteen saatavuus voi olla myös hitaampi kuin kyseisillä kilpailijoilla, sillä tavarankäytön tekemiseen menee aikaa ja se pyritään myös räätälöimään asiakkaan tarpeiden mukaiseksi. Viestintä on mahdollisuus, mihin yrittäjä pyrkii panostamaan.

Itse tuote on se, jolla yrittäjä pyrkii kilpailemaan. Tuote on uniikki ja siihen asiakas saa lisätä haluamansa tai poistaa sellaista, mikä ei ole hänen näköisensä. Myös tuotteiden

ympärille halutaan rakentaa imago, joka kuvastaa skandinaavisuutta, laatua ja ajattomuutta. Asiakkaan lisähyöty on juuri laatu, mahdollinen tavaran toimitus sekä tuotteen takuuehdot.

Yrittäjän olisi kannattavaa perustaa internetsivut, missä on mahdollisuus verkkokauppaan. Näin asiakkaiden on helppo tutustua tuotteisiin kotisohvalta juuri silloin, kun heille sopii ja pohtia mahdollista ostopäätöstään rauhassa. Yritystoiminnan alkuvaiheessa markkinointi yrityksen olemassa olosta on todella tärkeätä ja sitä tulisi myös jatkossa hoitaa tasaisesti, jotta ihmiset eivät unohda yritystä. Ilmoitus paikallislehdessä, google -hakukoneoptimointi, mahdolliset haastattelut lehdissä, sekä painetut flaijerit pirkanmaan yrittäjille. Myös osallistuminen käsityö- messuille sekä muihin messuille on tärkeää.

3.10 VERKKOKAUPPA

Verkkokauppa eli sähköinen liiketoiminta on kasvanut viime vuosina. Nykyisin kaikilla toimialoilla on lähes välttämätöntä näkyä joillain tavalla internetissä pysyäkseen mukana kilpailussa. Verkkosivut ovat edullinen tapa tiedottaa yrityksen toiminnasta, tuotteista laajalle asiakasryhmälle. (Jääskeläinen, 30.3.2013)

Suomessa asuvat pohjoismaiden laskimmat verkkokauppa ostajat, on silti tulevaisuudessa näkyvissä kasvua. Suomessa kaksi kymmenestä ostaa jo tuotteensa verkkokaupasta joka kuukausi. Aktiivisin joukko on 30-49 vuotiaiden ikäryhmä. Suomen verkkokaupat olivat arvoltaan vuonna 2012 noin 1,9 miljardia. Hakukoneet ja vertailu sivustot ovat työkaluja, joita suomalaiset käyttävät ennen ostopäätöksensä tekoa. (Posten Logistik, 2013)

Verkkosivujen tekeminen on helppoa ja useat tahot tarjoavat jopa ilmaisia sovellutuksia, millä pystyy tekemään yksinkertaiset verkkosivut sekä verkkokaupan. Tärkeätä on muistaa verkkosivuja laatiessa, että yksinkertaisuus ja käyttöystävällisyys on se mitä asiakkaat haluavat. Verkkokaupan kautta yrittäjän on myös helppo olla yhteydessä asiakkaisiinsa ja saada heiltä arvokasta palautetta palveluista ja tuotteistaan. Verkkokauppa on myös aloittavalle yrittäjälle erittäin kustannustehokas tapa hoitaa myyntiä ja asiakassuhteita. (Jääskeläinen, 30.3.2013)

Vaikka yrittäjän verkkokauppa ja kotisivut olisivat kunnossa, voi se silti hukkoa internetin informaatiomassaan, eikä potentiaaliset asiakkaat löydä kauppaa. Tämän takia olisi tärkeää hyödyntää hakukoneoptimointia, mikä on sellainen toiminto, missä hakukoneet hakevat parhaiten hakua täsmääviä hakutuloksia. Hakuoptimoinnilla voidaan saada yritys haun kärkeen ja sillä pyritään parantamaan yksittäisen verkkosivun haun tuloksia ja parantamaan sivun sijoitusta haussa. Yritys saa enemmän kävijöitä verkkosivuilleen ja asiakkaat löytävät yrityksen nopeasti. Hakuoptimointia voi myös seurata ja analysoida, esimerkiksi mitkä hakusanat tuovat asiakkaita eniten. Suurin osa kuluttajista käy hakemassa ensin tietoa internetistä ennen ostopäätöstä ja siksi on tärkeää, että yritys löytyisi top 10 kärjestä. Hakukoneoptimointi tarjoaa esimerkiksi Google sekä muut verkkopalveluihin erikoistuneet yritykset. (Jääskeläinen, 30.3 2013)

Yrittäjän on tarkoitus perustaa selkeät verkkosivut, mitkä luovat imagoa yritykselle ja toimivat omalla tavallaan markkinoijana. Yrityksen internetsivuilta tulee löytymään kaikki tarvittavat tiedot toiminimestä sekä hänen tuotteistaan. Verkkosivuille laitetaan myös verkkokauppa, missä mahdolliset asiakkaat voivat ostaa tuotteita tai lähettää mahdollisia tarjouspyyntöjä myös räätälöidyistä tuotteista. Yrittäjän ei silti kannata kamalasti käyttää aikaa ja rahaa verkkosivuihin, sillä hänen tuotteensa ovat kuitenkin uniikkeja ja perustuvat täysin asiakkaidensa tarpeisiin. Verkkokaupasta löytyisi vain perustuotteet ja mahdolliset jo räätälöityjen tuotteiden kuvia, jotta asiakas pystyisi hahmottamaan, miten tuotteita voidaan muokata. Yrittäjän on silti liiketoiminnan alussa syytä panostaa hakukoneoptimointiin, sillä hän saa tätä kautta näkyvyyttä ja tietoa asiakkaistaan.

3.10.1 KULUTTAJA VERKKOKAUPASSA

Sähköinenkauppa on etäkauppaa, jossa kuluttajalle on tädyttävä tarjota mahdollisimman kattavat tiedot tuotteista. Erityisesti tuotteen hinta on tuotava selkeästi esille. Kuluttajalla tulee olla 14 päivän peruutusoikeus, joka myös selvitettävä tarkasti kauppatahtumassa. Kuluttajan peruutusoikeutta ei myöskään saa sitoa mihinkään muodolliseen menettelyyn, kuten kaavakkeen täyttämiseen. Kuluttajalla tulee olla kokeilu, muttei käyttöoikeus tuotteisiin. Joihinkin tuotteisiin voidaan kuitenkin asettaa sopimuksessa palautuskielto, mutta tämä tulee selvittää riittävän selvästi kuluttajalle kauppaa tehdessä. Palautuskulut tulee myyjän maksaa, ellei kyseessä ole tavanomaista suuremmat kulut, kuten esimerkiksi sänky, jotka voidaan suuren palautuskulun takia

maksattaa kuluttajalla. Palautusehdot tulee aina mainita todella selkeästi sopimuksessa. (Ilmoniemä 2009, 176)

Itse sopimuksen syntyminen voi olla kuitenkin vapaamuotoinen, mutta on silti syytä hyväksyttää asiakas tiettyihin ehtoihin, nimenomaisesti esimerkiksi kaupan ehtojen esittämisellä ja lopussa olevalla hyväksynnällä, jotta ne ovat myöhemmin todennettavissa. Myös asiakas pitää olla todennettavissa luotettavasti, kuten esimerkiksi pankkitunnuksilla. (Ilmoniemä 2009, 177)

Sähköisessä kaupassa on myös tärkeää tietosuojä. Yritys joutuu keräämään henkilöistä tunnistetietoja sopimuksen syntyessä ja tätä säätelee henkilötietolaki. Yrittäjä on vastuussa siitä, että tiedot, joita henkilöistä kerätään, käsitellään ja tallennetaan riittävän turvallisesti. Asiakkaalle on myös annettava erityinen rekisteriseloste verkkosivuilla, jossa kerrotaan selkeästi muun ohessa, että miten ja mihin tarkoitukseen tietoja kerätään. (Ilmoniemä 2009, 177)

Yritysten välisessä kaupassa on puolestaan voimassa niin sanottu muotovapaus. Tarkottaen sitä, että muotovapaus, sisältövapaus, lainvalintavapaus sekä sopijakumppanin valintavapaus on vapaata. Yritykset voivat siis vapaasti sopia oikeuksistaan ja velvollisuuksistaan. Sähköinen sopimus on kuitenkin myös yritysten välisessä kaupassa samassa asemassa, kuin perinteinenkin sopimus. (Jääskeläinen, 30.3.2013)

4 RISKIT JA NIIDEN ARVIOINTI

Yrittäjyys on täynnä riskejä. Niitä voivat aiheuttaa esimerkiksi kilpailijat, työntekijät tai tuotteet. Riski yritystoiminnassa voi liittyä myös taloudelliseen kriisiin, joka voi olla niin vakava, että se johta liiketoiminnan lopettamiseen tai jopa konkurssiin. Suomessa nähdään konkurssi häpeällisenä asiana, yrittäjän pahimpana painajaisena. Joskus jopa yrittäjän omat optimistiset suunnitelmat voivat olla huomattava riski liiketoiminnalle. (Ilmoniemi 2009, 358)

Yritystoimintaa liittyy monia erilaisia riskejä ja varsinkin pienyrittäjät eivät aina ole tietoisia kaikista yritystoimintaan liittyvistä riskeistä. Yritystoiminnan riskien selvittäminen ja riskianalyysin laatiminen ovat tärkeitä myös pienyrittäjälle. Riskianalyysin tekemällä yrittäjä pääsee hyvin miettimään ja määritellään vahinkojen todennäköisyyttä ja laatimaan keinot riskien välttämiseksi. (Raatikainen 2011, 104) Riskienhallinnalla voidaan säästää kustannuksia, sillä etukäteen ongelmiin puuttuminen on halvempaa kuin myöhemmin ongelmien selvittäminen. (Ilmoniemi 2009, 360)

Liiketoimintariskit ovat sellaisia, joihin sisältyy esimerkiksi kapea tuotevalikoima, tekniikkaan liittyvät ongelmat, toimistusten myöhästymisen, lakot, inflaatio, asiakasluotot sekä muut yrityksen kannattavuuteen liittyvät epäonnistumiset. Niihin kaikkiin yrittäjän on jossain määrin hankala vaikuttaa, mutta yrittäjän on hyvä olla tietoinen kyseisistä riskeistä ja yrittää mahdollisesti mininoida niitä. Esimerkiksi valitsemalla luotettavat alihankkijat tai suosia maksutapana vain käteiskauppaa. (Raatikainen 2011, 102)

Omaisuuksivahinkoriskit pitävät sisällään esimerkiksi tulipalo ja kalustovahingot. Yrittäjä voi joutua myös rikoksen tai ilkivallan uhriksi. Keskeytys ja riippuvuusvahingot sisältävät omasta tai tavarantoimittajasta johtuvat tulojen menetykset. Näihin kaikkiin yrittäjä voi enemmän vaikuttaa, esimerkiksi ottamalla omaisuus-, vastuu- ja oikeusturvavakuutuksen. (Raatikainen 2011, 102) Usein alan järjestöt ovat hankkineet toiminnalle tyypillisiä vakuutuksia jäsenilleen. Vakuutusta ottaessa yrittäjän on hyvä tarkistaa myös, mitä vahinkoa vakuutukset eivät kata. Ilman erillistä lisämaksua esimerkiksi vastuuvahinko ei kata kolmannelle aiheutettuja taloudellisia vahinkoja. (Ilmoniemi 2009, 364)

Henkilöriskeihin sisältyy yrittäjän oma sairaus tai tapaturma, mihin yrittäjä voi vaikuttaa vaalimalla terveyttään, valitsemalla oikeanlaiset työskentelytavat ja vakuuttamalla itsensä. (Raatikainen 2011, 102)

Yrittäjän riskit ovat hyvin pienet, sillä hän toimisi hyvin pitkälti nykyisen työnantajansa ehdoilla ja kuuluisi osittain työnantajansa vakuutuksiin. Suurin riski on kuitenkin juuri liikeriskit ja toisaalta myös riippuvaisuus nykyisestä työnantajastaan. Kapea tuotevalikoima ja mahdollisten asiakkaiden löytäminen voi tuottaa kysyntään liittyviä riskejä ja yrittäjän tulisikin keksiä kokoajan uusia tuotteita ja kehittää samalla vanhoja. Myös kilpailijoiden toiminta markkinoilla voi vaikuttaa ratkaisevasti yrityksen toimintaan. Riskiä voidaan hallita vain tuntemalla kilpailijat ja tarkkailemalla heidän toimintaa. Toimiala toimii alihankkijasopimuksilla ja riippuvuus yhdestä alihankkijasta on liiketoimintariski. Riskiä voidaan hallita mahdollisilla sopimusehdoilla ja pyrkimällä hankkimaan oikeus esimerkiksi lisenssillä suoraan alihankkijalta. Alihankkija verkoston suppeus voi myös pitää hintoja korkealla, joten tulisi suosia mahdollisimman laajaa verkostoa. (Ilmoniemi 2009, 363)

Mahdolliset sopimus ja vastuuriskit ovat riskejä, joihin voi varautua ainoastaan kirjoittamalla kirjallisena kaikki sopimukset. Myös itse sopimuksen sopiminen voi olla riski, mikäli ei tunne ehtoja, joihin sitoudutaan. Sopimusehdoissa onkin varottava esimerkiksi hintaehtoa, maksuehtoa, sopimussakkoa, vastuunrajoituksia sekä voimassoloaikaa. (Ilmoniemi 2009, 363)

RISKI	TOIMENPIDE	VAKUUTUS
OMAIUUUSVAHINGOT -Tulipalo - Luonnonmullistus -Murto & Ilkivalta	sammutusvälineet & Ea koulutus ei voida vaikuttaa hälytysjärjestelmä	palovakuutus omaisuusvakuutus omaisuusvakuutus
KESKEYTYS- RIIPPUVUUS VAHINGOT -Palon, konevian ym aiheuttama toiminnan keskeytys	huoltosopimus	keskeytysvakuutus
HENKILÖVAHINGOT -Tapaturma	huolellisuus	tapaturmavakuutus
LIIKERISKIT -Menekin vaihtelu -Kilpailijoiden toiminta -Virheinvestoinnit -Tekniset viat -Toimitusten myöhästyminen -Inflaatio -Asiakasluotot	mainonnan lisäys seuranta suunnittelu & laskelmat huoltosopimus seuranta seuranta seuranta	
VAHINGONKORVAUS VAATIMUKSET - Korvausvastuu aiheutetusta vahingosta -Tuote & sopimusvastuu	huolellisuus suunnittelu & seuranta	omaisuusvakuutus omaisuusvakuutus

Kaavio 3. Riski-analyysi

Kaaviosta voidaan nähdä, että tilannetta olisi syytä seurata ja yrittäjän on tädyttävä ottaa mahdolliset vakuutukset liiketoimintaansa varten. Erityisen tärkeäksi nousee juuri omaisuusvakuutukset sekä tapaturmavakuutukset.

Tapaturmavakuutus edellyttää, että kyseisellä henkilöllä on voimassaoleva tulityökortti. Tulityökortti on Suomen pelastusalan keskusjärjestön myöntämä kortti, joka takaa sen, että tulityönvartijalla on työn edellyttämä turvallisuuskoulutus.

Yrittäjä voi myös kartuttaa eläkettään Yel-vakuutuksen kautta. Yel – tarkoittaa yrittäjäin eläkettä ja sen yrittäjä voi halutessaa ottaa. Yel- vakuutus on hyvä turva siinä vaiheessa, kun tapahtuu jokin ennalta arvaamaton tapaturma tai vaikkapa vamma ja liiketoiminta joudutaan esimerkiksi lopettamaan, jonka johdosta yrittäjä jäisi mahdollisesti sairaseläkkeelle. (Yrittäjät, 2012)

5 SWOT-ANALYYSI

SWOT-analyysi (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) on yleisin käytettävissä oleva analyysi, jonka tarkoitus on arvioida yritystoiminnan vahvuuksia ja heikkouksia sekä toimintaympäristön mahdollisuuksia ja uhkia. Analyysi on kokonaisvaltainen ja sitä voidaan käyttää myös muihin arviointeihin, kuten kilpailijoihin tai mahdollisen uuden tuotteen mahdollisuuksiin.

SWOT-analyysin luotettavuutta heikentää yleensä todellisten heikkouksien ja vahvuuksien riittämätön selvittäminen tai myöntäminen. SWOT-analyysiä tehdessä tulisikin olla mahdollisimman rehellinen ja mahdolliset syyt ja seuraukset voivat sekottua helposti keskenään. (Meretniemi 2009, 34)

Analyysin idea on pohtia kokonaisvaltaisesti yritystoimintaa ja nähdä oman liiketoimintansa kannattavuus mahdollisemman laajalta näkökulmalta. Vahvuuksien tarkoitus on vahvistua ja niitä tulisi hyödyntää. Heikkouksia tulisi välttää tai poistaa kokonaan, mutta joskus voi olla myös niin, että vahvuus muuttuu heikkoudeksi tai toisinpäin. Myös mahdollisuuksien hyödyntäminen on suotavaa ja uhkiin varautuminen kannattavaa. Myös nämä voivat kääntyä toisin päin tai mahdollisista uhista voi tulla vahvuuksia tai mahdollisuuksista heikkouksia. (Meretniemi 2009, 34)



Kaavio 2. Swot-analyysi

Yrittäjän vahvuudet ovat ehdottomasti ammattitaito sekä tuntemus alan toiminnasta. Vahvuutena voidaan nähdä myös itse tuotteet, jotka ovat uniikkeja ja laadukkaita. Yrittäjä pystyy myös hyödyntämään nykyisen työnantajansa tunnettavuutta ja tekemään näin omaa tunnettavuuttaan. Heikkoutena on riippuvuus alihankkijana sekä tämän hetkinen taloudellinen tilanne. Heikkouksiin voidaan luokitella myös tuotteet itsessään, sillä ne ovat uniikkeja ja hinta muodostuu tämän mukaan. Mahdollisuuteena voidaan nähdä erinomaisten tuotteiden laatu, jota ei muilla alalla olevilla ole. Mahdollisuuksia on myös monia tunnettavuuden kasvaessa, mahdollisen oman kaluston hankkiminen ja liiketoiminnan kasvattaminen. Myös nykyisen työnantajan mahdollisten heikkouksien korjaaminen ja kääntäminen omaksi eduksi. Uhkana nähdään jälleen maailmalla vallitseva taloudellinen tilanne sekä muut kilpailijat, joiden ammattitaito voi kehittyä tai mahdollisen uuden kilpailijan tuleminen alalle. Uhkana on myös kysynnän laskeminen tai mahdollisen kohderyhmän tavoittaminen.

7 LASKELMAT

Yrittäjä on valmis sijoittamaan liiketoimintaansa 7000,00 euroa. Alku investoinnit eivät vaadi kuin 816,80 euroa ja kiinteät kustannukset tulevat olemaan kuukaudessa vain 1151,74 euroa. Kuukautiset materiaalikustannukset voivat vaihdella jopa 13 000,00 euroon asti, joten yrittäjälle jää noin 5000,00 euroa muuttuviin kustannuksiin sekä mahdollisiin muihin yllättäviin kustannuksiin.

Muuttuvat kustannukset muodostuvat tuotteiden materiaalihankinnoista. Materiaalina käytetään merialumiinia, puuta, terästä, kaasua sekä maalia. Materiaalikustannuksiin vaikuttaa merkittävästi tilattavan materiaalin määrä ja koko. Mitä isompia eriä yrittäjä pystyy tilaamaan, sitä halvemmaksi muodotuu myös materiaali kustannukset.

Laskelmissa on otettu tarkasteltavaksi yrittäjän 3 erinlaista tuotetta, joiden menekkiin uskotaan eniten. Tuotteet ovat puukannin, takkasetti sekä puuteline. Puukannin on materiaali kustannuksista kaikista halvin sekä nopein tehdä. Takkasetti on vaativampi tuote, mutta materiaali kustannuksiltaan kohtuullinen. Puuteline on kaikista kallein sekä vaikein tuote valmistaa, jonka johdosta tuotteen lopullinen hinta on todella korkea.

Tuotteiden todellisia kustannuksia on hankala määritellä, sillä materiaali kustannukset vaikuttavat suuresti siihen mitä todelliset muuttuvat kustannukset ovat. Yrittäjä toimii yksin, joten mahdollista kapasiteettia on laskettu maksimimääränä, kuten miten monta yksittäistä tuotetta yrittäjä pystyy tekemään kuukauden aikana. Kaikista halvin vaihtoehto on tehdä tuotteita suurina sarjoina, jolloin itse tuotteen tekemiseen ei menisi niin kauan aikaa ja samalla myös materiaaleja pystyisi tilaamaan suurina erinä.

Tuotteiden hinnoittelussa on laskettu ensin minimivalmistusarvo, mikä muodostuu yksittäisen tuotteen materiaalikustannuksesta sekä toimistuskuluista, mitä yrittäjälle mahdollisesti aiheutuu, kun asiakas tilaa tuotteen verkkokaupasta. Hinnoittelussa on mietitty myös käsintehdyn työn arvoa sekä mielikuvaa, mitä asiakkaalle halutaan antaa. Tuotteeseen on lisätty kateprosentti, joilloin yrittäjällä on tämänkin jälkeen mahdollisuus antaa alennusta kanta-asiakkailleen. Lopuksi tuotteeseen on lisätty myös arvonlisävero, sillä yrittäjä ilmoittautuu arvonlisäverovelvolliseksi.

Laskelmissa on tarkasteltu näiden kolmen tuotteen katetuottoa. Katetuottolaskelmassa tarkastellaan erityisesti toiminnan volyymin ja kannattavuuden välistä riippuvuutta. Vähennettäessä myyntituotoista muuttuvat kustannukset eli tuotteisiin kohdistuvat hankinta ja valmistuskustannukset saadaan katetuotto, jolla katetaan kiinteät kustannukset, jotka muodostuisivat siitä huolimatta tehdäänkö tuotetta vai ei. (Neilimo 2012, 68). Katetuottolaskelmissa on käytetty myyntituottona mahdollista maksimi määrää eli mitä yrittäjä pystyisi kuukauden aikana tekemään ja myymään. Jokaiselle tuotteelle on myös laskettu katetuottoprosentti.

Kriittinen piste kuvaa sellaista tilannetta, jossa tulos menee nollalle. Sitä voidaan laskea joko rahamääräisenä tai kappalemääräisenä. Kriittinen piste rahana lasketaan 100 kerrottuna kiinteillä kustannuksilla ja tämä jaettuna katetuottoprosentilla. Kappalemääräinen saadaan, kun kiinteät kustannukset jaetaan katetuottolla yksiköiltä. (Neilimo 2012, 71)

Varmuusmarginaali kertoo, paljonko nykyinen toiminta saa muuttua, jotta ollaan kriittisessä pisteessä. (Neilimo 2012, 71)

Yrittäjän katetuottolaskelmat ovat suuntaa antavia ja laskelmat perustuvat täysin maksimi määriin nykyisellä kapasiteetilla, sillä todellisia myyntilukuja on vaikea arvioida.

8 POHDINTA

Yrityksen perustaminen vaatii aloittajaltaan rohkeutta ja osaamista. Yrittäjän on hyvä olla vuorovaikutustaitoinen ja osata kehittää itseään jatkuvasti yritystoiminnan mukana. Yritystoiminnan aloittaminen lähtee hyvin suunnitelluista suunnitelmista ja tarkoista pohdinnoista. Yrittäjän on hyvä käydä yksityiskohtaisesti lävitse liiketoimintansa kulmakiviä ja miettiä tarkoin liiketoimintansa kannattavuutta.

Oppinnäytetyön aiheena oli kokonaisvaltaisesti yrityksen perustaminen ja liiketoimintasuunnitelman laatiminen. Tarkoituksena oli selvittää mahdollisimman tarkasti yrittäjälle yrityksen perustamiseen liittyvät kaikki tärkeät vaiheet ja kartoittaa samalla hänen kannattavuuttaan.

Liiketoimintasuunnitelman laatiminen ja sen rajaaminen oli haastavaa, mutta selkeentyi kohta kohdalta työn edetessä. Oppinnäytetyön teorian löytäminen oli suhteellisen helppoa, sillä liiketoimintasuunnitelman laatimiseen on tarjolla melko runsaasti kirjallisuutta. Metallialan näkymiä pystyi myös helposti löytämään, sillä ala työllistää Suomessa toiseksi eniten. Vaikeinta työssä oli löytää toimialakohtaista tietoa design - tuotteita valmistavista yrityksistä, jotka vastaisivat yrittäjän alaa. Oppinnäytetyöhön saatiin haastateltua yrittäjän nykyistä työnantajaa, joka pystyi helposti kertomaan alan luonteesta ja kilpailusta.

Oppinnäytetyöstä on hyötyä aloittavalle yrittäjälle, sillä hän on itse ollut mukana pohdinnoissa ja saanut paljon uudenlaista tietoa liiketoiminnastaan. Yrittäjä voi jatkossa hyödyntää liiketoimintasuunnitelmaa aloittaessaan liiketoimintaansa tai mahdollisesti muokata sitä tarpeidensa mukaan.

9 LÄHTEET

Ahola Kari, Lauslahti Sanna. Laskentatoimi ja kannattavuuden hallinta. Wsoy, Helsinki 2006.

Bergdtröm Seija, Leppänen Arja. Yrityksen asiakasmarkkinointi. Edita, Helsinki 2007.

Finnvera. Yrittäjä testi. Luettu 25.11.2012

<http://finnvera2.alkuvoima.com/yrittajatesti/>

Google. Adwords. Luettu 23.3.2013

<http://support.google.com/adwords/answer/1704410?hl=fi&from=6084&rd=1>

HTM-Tilintarkastajat ry. Tilintarkastus laki. Luettu 20.3.2013

http://www.htm.fi/tiedotus/tiedotteet_puheet_ja_kolumnit/2007/uusi_tilintarkastuslaki_annettu

Ilmoniemi Maija, Järvensivu Petri, Kyläkallio Kalle, Parantainen Jari, Siikavuo Juha. Uuden yrittäjän käsikirja. Talentum, Helsinki 2009.

Jääskeläinen Tomi. Sähköinen liiketoiminta. Centria –ammattikorkeakoulu. 30.3.2013

Kinkki Seppo, Isokangas Jouko. Yrityksen perustoiminnot. Dark Oy, Vantaa 2003.

Lojander Taina, Suonpää Jani. Firma –käytännön yrittäjätoiminta. Otava, Keuruu 2008.

Meretniemi Irma, Ylönen Hanna. Yrityksen perustajan käsikirja. Otava, Keuruu 2009.

Metalliliitto. Toimilala katasaus 2012. Luettu 21.3.2013

<http://www.metalliliitto.fi/documents/10137/23167/Toimialakatsaus2012.pdf/ec7b8035-5ab3-49f7-b00b-435550389805>

Moisio Pekka. Arvement Oy, työnjohtaja. Haastattelu.

Neilimo Kari, Uusi-Rauva Erkki. Johdonlaskentatoimi. Edita, Helsinki 2012.

Posten Logistik. Verkkokauppa pohjoismaissa. Luettu 23.3.2013

<http://www.postenlogistik.fi/fi/Documents/Uutiset/Verkkokauppa-Pohjoismaissa-2012.pdf>

Raatikainen Leena. Liikeidesta liikkeelle. Edita, Helsinki 2011.

SPEK- Suomen pelastusalan keskusjärjestö. Tulitöiden turvallisuus. Luettu 11.11.2012

<http://www.spek.fi/Suomeksi/Koulutus/Tulitoiden-turvallisuuskoulutus>

Taloushallintoliitto. Kirjanpidon ABC. Luettu 2.4.2013

http://www.taloushallintoliitto.fi/tilitoimistot/kirjanpidon_abc/

TEM – Toimialapalvelu. Toimiala online. Luettu 23.3.2013)

<http://www2.toimialaonline.fi/Dialog/SaveShow.asp>

Tilastokeskus. Toimiala luokitukset. Luettu 23.3.2013

<http://www.stat.fi/meta/luokitukset/toimiala/001-2008/259.html>

T&E - Työ ja elinkeinokeskus. Yrityksen perustamisopas. Edita, Helsinki 2009.

Verohallinto. Liikkeen ja ammatinharjoittaja- Yrityksen perustaminen. Luettu 25.11.2012

<https://www.vero.fi/fi->

[FI/Yritys ja yhteisoasiakkaat/Liikkeen ja ammatinharjoittaja/Yrityksen perustaminen](https://www.vero.fi/fi-FI/Yritys_ja_yhteisoasiakkaat/Liikkeen_ja_ammatinharjoittaja/Yrityksen_perustaminen)

Verohallinto. Liikkeen ja ammatinharjoittaja- Kirjanpito ja verotus. Luettu 5.12.2012

<http://www.vero.fi/fi->

[FI/Yritys ja yhteisoasiakkaat/Liikkeen ja ammatinharjoittaja/Yrityksen perustaminen /Kirjanpito tilikausi ja verovuosi\(9362\)](https://www.vero.fi/fi-FI/Yritys_ja_yhteisoasiakkaat/Liikkeen_ja_ammatinharjoittaja/Yrityksen_perustaminen/Kirjanpito_tilikausi_ja_verovuosi(9362))

Verohallinto. Yksityinen liikkeenharjoittaja –Tuloverotus. Luettu 19.3.2012

http://arkisto.vero.fi/?article=3229&domain=VERO_MAIN&path=5,40,89,91&language=FIN

Verohallinto. Vähäinen liiketoiminta. Luettu 30.11.2012

<http://arkisto.vero.fi/nc/doc/download.asp?id=629;52241>

Viitala Riitta. Liiketoimintaosaaminen -Menestyvän yritystoiminnan perusta. Edita, Helsinki 2006.

Yrityssuomi. Yrityksen perustaminen. Luettu 11.11.2012

http://www.yrityssuomi.fi/web/guest/aihe?pp=polku_Yrityksen_perustaminen&ppa=polku_Harkitseminen_ja_suunnittelu&aihe=1000003

Yrittäjät. Yel-vakuutus. Luettu 30.11.2012

<http://www.yrittajat.fi/fi-FI/yrittajaihmisena/yelvakuutus/>

Yrittäjyysväylä. Mitä markkinointi on. Luettu 23.3.2013

<http://www2.edu.fi/yrittajyysvayla/?page=291>

YTJ- Yritys ja yhteisötietojärjestelmä -Perustamislomakkeet. Luettu 25.11.2012

<http://www.ytj.fi/palvelut/y-lomakkeet/perustamisilmoituslomakkeet>